

Comunicación social, Internet y bibliotecas

Lic. Jairo Guadamuz Villalobos

Las habilidades de comunicación del ser humano lo han diferenciado de los otros miembros del reino animal y lo han puesto, según nos han enseñado desde primaria, en la cima evolutiva de todos los seres vivos que componen el orbe. La expresión oral y la comunicación escrita son parte de una dinámica de interrelaciones personales, el ser humano es un ser social, y por lo tanto sus habilidades de comunicación también han evolucionado hasta lograr una interacción mucho más compleja que la simple plática entre dos personas. La comunicación de masas, tema que desde la aparición de la televisión y la radio ha sido sujeto de investigación, hoy sufre distintas mutaciones en comparación con la teoría que se concebía en la segunda mitad del siglo XX.

La comunicación social, como tal, se mantuvo relacionada al uso, desuso y abuso de la radio y la televisión, estos son considerados medios de comunicación colectiva, y por años fueron los protagonistas de la información difundida por unos pocos y consumida por una masa gigantesca de televidentes y radioescuchas. Sin embargo, cambios severos en las estructuras del mercado, junto a la aparición de las revolucionarias tecnologías de información y comunicación (TIC) replantean por completo la estructura básica de la comunicación social.

Este tipo de comunicación ha sido siempre regulada por instituciones públicas, partiendo del hecho de que los medios que la hacen posible están sujetos a una estructura de mercado, con dinámicas empresariales, legislaciones y normativas que dictan el caminar dentro del ejercicio del negocio de la comunicación, así ha sido con la televisión y así ha sido también con la radio, pero la llegada del Internet, y el desarrollo que tuvo en pos de convertirse en un medio de comunicación autónomo, sacudió las estructuras de supervisión que las organizaciones gubernamentales estaban ejerciendo sobre la comunicación social. Internet creció con poca supervisión, y las legislaciones nacionales tampoco lo incluyeron en su evolución, lo que trajo como resultado un medio masivo, de gran potencial no solo para la comunicación, sino también para la educación, el negocio y el entretenimiento, sin ninguna regulación estructurada que permitiera reglas de juego.

Los intentos de regular Internet llegaron, pero llegaron tarde, ya había crecido lo suficiente para demostrar sus posibilidades de aprovechamiento, pero también ya había desarrollado la suficiente autonomía como para no poderse regular con las mismas estructuras que se regularon la radio y la televisión. Sin embargo, una distracción de los defensores del Internet sin regulación permitió que, mientras se defendía la libre expresión en la red, la administración de la infraestructura sí lograra ser regulada. La asignación de DNS y números IP trajo consigo dos consecuencias: una mejora en la comunicación en red, debido a la unificación de protocolos y ordenamiento de la tecnología, pero también dejó una puerta abierta para la regulación de la red nuevamente balanceada hacia las grandes empresas de telecomunicaciones y radiodifusión.

No obstante, ambos sectores, telecomunicaciones y radiodifusión, a pesar de estar involucrados de forma conjunta en el negocio de la comunicación social, la venta de los mismos aún se vislumbraba de forma separada, al punto que la radiodifusión se relacionaba más con el control político y cultural, mientras que las telecomunicaciones se consideraban dentro de la venta de servicios. Ahora es evidente que las telecomunicaciones inciden de manera significativa en la política y la cultura, y, lejos de limitar el derecho de expresión en la red, el hecho de que su regulación se concentrara en la infraestructura y no en el discurso permitió que muchas más personas pudieran tener acceso a la red.

La falta de regulación de contenidos convierte a Internet en una fuente inagotable de ideas, pensamientos e ideologías, permitiendo así un impacto cultural y político tan alto como el que protagonizaron la radio y la televisión, pero sin las regulaciones que las acompañaban. Pero además, deja en evidencia el cambio significativo en la estructura de comunicación que se estudió por años en los estratos académicos. El viejo esquema de “emisor, receptor, canal, código y mensaje” evolucionó a un complejo diagrama en el que el emisor no es siempre escuchado por el receptor original, la multiculturalidad pone en la mesa procesos de comunicación en múltiples canales y con múltiples códigos, y por último, y no menos importante, el mensaje ya no es consumido de forma original y sin cuestionamientos, ahora cada mensajes es sometido por parte del receptor a un sin número de códigos que, basados en su propias creencias, o en ideologías que lo rodean, termina provocando una interpretación personal del contenido de ese mensaje.

Este recorrido histórico por los intentos de regulación del Internet permite entender su naturaleza autónoma, además deja en evidencia el cambio estructural de los procesos de la comunicación social, y al comprender estas nuevas estructuras es posible también adentrarse con propiedad en la búsqueda de nuevas estrategias de comunicación. Si se conoce el proceso de comunicación en su totalidad, es más sencillo participar en el mismo de forma eficiente, aprovechando todos los detalles de su estructura que se estudiaron con anticipación.

Siendo la bibliotecología la profesión que me lleva a escribir estas líneas, es indispensable cotejar este análisis de la comunicación social con la biblioteca por sí misma, como unidad de información, productora de servicios y espacio facilitador de la comunicación en la comunidad.

Por lo tanto, el conocimiento amplio de la nueva comunicación social no solo es aplicable en el diseño de promoción y difusión de servicios, sino que también es útil a la hora de buscar una interacción personal con el usuario, analizando, siempre en el marco de las nuevas estructuras de comunicación, dónde está, qué costumbres de comunicación tiene, qué habilidades tecnológicas le permiten comunicarse de mejor manera y qué nuevas capacidades son importantes compartirlas para mejorar su interacción en la sociedad y por supuesto su interacción con la misma biblioteca.

La sociedad de la información ha sido objeto de estudio de diferentes autores, algunos la definen con extremo detalle y otros la analizan desde metáforas ilustrativas que permiten

verla como un fenómeno con el que podemos y debemos interactuar. Julio Cubillo (1997), desde la década de los noventa, habló de esta sociedad como un *iceberg* cuya masa de hielo se distribuye en 3 secciones: una pequeña punta en la cima, que representa a aquellos con mucho acceso a la tecnología y la información, una segunda masa más grande que se encuentra debajo de la punta y que representa a aquellos que tienen poco acceso a estos recursos, y, finalmente, una enorme masa de hielo bajo el agua que representa a aquellos con acceso nulo a la información.

Esta metáfora es oportuna al hablar de la evolución del Internet y la comunicación social en general, ya que, si se desea aprovechar este análisis para mejorar el papel de la biblioteca en los procesos de comunicación es indispensable entender también que las bibliotecas son parte del *iceberg* de Cubillo, no en el ejercicio personal de intentar ubicarse en alguna de las 3 secciones del mismo, sino más bien para identificarla como un elemento dinamizador de la movilidad social dentro del *iceberg*. Es decir, la biblioteca tiene el potencial para convertirse en un “guía turístico” dentro de la Sociedad de la Información y Conocimiento y, conocer las estructuras comunicacionales, la dotan de mayores capacidades para asumir este papel protagónico que tanto requieren los usuarios y que permitiría también una nueva imagen para las unidades de información, ubicándola en la mente de los usuarios como ese elemento de extrema importancia para la reducción de la brecha digital y la adquisición de nuevas capacidades de cara a los retos de la Sociedad de Información y Conocimiento.

Referencias bibliográficas

Castells, M. (2009). *Comunicación y Poder*. Alianza Editorial. Madrid, España. 144-189

Cubillo, J. (1997) La búsqueda de nuevos liderazgos organizacionales en gestión de la información en América Latina y el Caribe. En: INFOLAC (10)2, 3-9. Recuperado de <http://es.scribd.com/doc/56640277/10-2>